ICS 39.060
C2438
Y88

T/SLIA

团　体　标　准

T/SLIA002-2020
代替 T/ 31344310104F084-2017

贵金属珠宝饰品特色服务规范

Special Service Specification For Precious Metal Jewelry

全国团体标准信息平台

2020-08-01 发布　　2020-08-15 实施

上海市轻工业协会　发布

全国团体标准信息平台

目　　次

前　　言 II
1　范围 1
2　规范性引用文件 1
3　术语和定义 1
4　前置条件 3
5　服务设定 3
6　服务配置 3
7　服务要求 4
8　服务评价 6
9　重要服务质量指标 6

全国团体标准信息平台

前　　言

本文件按照GB/T 1.1-2020给出的规则起草。

本文件由上海市轻工业协会提出和归口。

本文件起草单位：上海市轻工业协会、上海老凤祥有限公司、上海黄金饰品行业协会、上海钻石行业协会、上海工艺美术行业协会、上海宝玉石行业协会、上海老凤祥银楼有限公司

本文件本次修改的主要技术变化如下：

——增加了DB 31/T 1048 《“上海品牌”认证通用要求》的引用，并将对标实施作为前置条件中绩效评价的一种。

——删除了“境外品牌开店数”和“品牌服务店柜覆盖系数”两项指标。

——在“设定特色服务项目及内容的区域”中明确了“自主专利产品经营”作为首个项目。

——在“售前服务”要求中增加执行GB/T 31912标准的饰品标识规定。

——在“售前服务”要求中取消着装规定。

——对标准的个别用词进行表述性规范编辑。

本文件主要起草人：金坚、陆纪新、陈亦华、王惠群、毛祖履、陈怡静、庄绍白、封朔、浦黎华

本文件历次版本发布情况为：

——2017年首次发布；

——2020年第一次修改。

全国团体标准信息平台

贵金属珠宝饰品特色服务规范

1 范围

本文件规定了本地区组织贵金属珠宝饰品专卖店、专柜特色服务的前置条件、服务设定、服务配置、服务要求和服务评价，并给出了特色服务重要的质量指标。

本文件适用于本市行政管辖范围内组织同一品牌贵金属珠宝饰品专卖店、专柜特色服务的认定评价，亦适用本地区外同一品牌的贵金属珠宝饰品专卖店、专柜特色服务的推广及评定。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 5296.1 消费品使用说明 总则

GB/T 10001.1 公共信息标志用图形符号

GB 11887 首饰 贵金属纯度的规定及命名方法

GB 15630 消防安全标志设置要求

GB/T 19580 卓越绩效评价准则

GB/T 24421.3 服务业组织标准化工作指南 第3部分：标准编写

GB/T 31912 饰品 标识

SB/T 10653 珠宝饰品经营服务规范

DB 31/T 1048 “上海品牌”认证通用要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

贵金属珠宝饰品专卖店 precious metal and jewelry accessories store

指组织专门或被授权经营某一主要品牌的以贵金属珠宝饰品为主、其它珠宝饰品及工艺品为辅、同时提供相关服务的独立注册的零售业态。以下简称：专卖店。

3.2

贵金属珠宝饰品专柜 precious metal and jewelry accessories counter

指从属于专门或被授权经营某一主要品牌的专卖店，在百货商店、购物中心和大卖场内设立的非独立注册零售专柜。以下简称：专柜。

3.3

特色服务 characteristic service

以专业为基础，以专利产品、个性化需求和服务满意的增值实现为支撑，以规模化、品牌化[注]经营为手段，开发具有组织鲜明特色和独特品质的贵金属珠宝饰品，提供独特的区域性服务，满足消费市场

需求的经营服务体系。

注：品牌化指组织冠以的品牌在零售服务业类别注册商标运营的。

3.4

金匠工作室　goldsmith Studios

由贵金属珠宝饰品设计或制作技能资质人员领衔、为顾客提供专业产品需求服务的工作室。

3.5

用户投诉率　user complaint rate

已接受产品服务顾客的投诉次数占销售服务总笔数的比率。按下列公式（1）计算：

$$用户投诉率=\frac{用户投诉次数}{销售服务总笔数}\times 1000‰ \quad \cdots\cdots（1）$$

3.6

投诉处理率　complaint handling rate

受理投诉的结案次数占用户投诉总次数的比率。按下列公式（2）计算：

$$投诉处理率=\frac{受理投诉的结案次数}{用户投诉总次数}\times 100\% \quad \cdots\cdots（2）$$

3.7

特色服务销售率　characteristic service sales rate

组织特色服务产生的销售额占本地区产品销售额的比重。按下列公式（3）计算：

$$特色服务销售=\frac{特色服务销售额}{产品销售总额}\times 100\% \quad \cdots\cdots（3）$$

3.8

订单按时完成率　order on time completion rate

组织按时完成特色服务项目订单次数占总订单数比率。按下列公式（4）计算：

$$订单按时完成率=\frac{按时完成订单数}{订单总数}\times 100\% \quad \cdots\cdots（4）$$

3.9

定向回访率　rate of directed return visit

特色服务项目中对实现订单定制顾客的回访比率。按下列公式（5）计算：

$$定向回访率=\frac{回访已完成订单顾客次数}{已完成订单顾客总数}\times 100\% \quad \cdots\cdots（5）$$

3.10

安全使用告知率　safe use notification rate

特色服务项目中对项目实施或交付饰品后使用的告知比率。按下列公式（6）计算：

$$安全使用告知率=\frac{已告知告知服务次数}{应告知服务总笔数}\times 100\% \quad \cdots\cdots（6）$$

注：安全告知指：定制饰品的有害元素限量、安全使用须知和体验制作安全防范须知。

4 前置条件

4.1 原则

组织特色服务认定及评价应符合组织标志和绩效评价的具备要求。

4.2 组织标志

组织应取得的标志，包括但不限于：

a）市级以上行业协会评定的品牌卓越荣誉称号的企业；

b）市级及以上的“用户满意企业”；

4.3 绩效评价

组织应进行的绩效评价，包括但不限于：

a) 贵金属珠宝饰品的产品销售总额（年审计后的主营收入）或市场占有率，经第三方认定（如：国家或行业协会等），进入行业排序前三位的；

b) 按DB 31/T 1048要求对标实施，成为标杆性组织；

c) 特色销售占比注连续保持领先的；

d) 三年内无各类重大质量安全事故及严重违法违规记录的。

注：特色销售占比指组织中特色销售额占总销售额中的比重。

5 服务设定

5.1 原则

特色服务项目的设定应确认满足顾客特殊需求、实现增值的可行性。

5.2 设定

组织应设定特色服务项目及内容的区域，包括但不限于：

a）自主专利产品经营；

b）消费者定制；

c）消费者体验制作；

d）金匠工作室设计定制；

e）服务明星专柜；

f）消费者便利维修；

g）其它的独特服务注。

注：独特服务指其首创性或惟一性特征可被公认。

6 服务配置

6.1 原则

特色服务配置应按国家法律法规和标准的要求，在环境设施、区域标识和人员配置等方面，确立实现的保障。

6.2 环境设施

6.2.1 特色服务应按确定的项目及内容合理划分服务区域。宜设立顾客等候休息区。

6.2.2 各区域的基本配置根据节能环保的要求，应按 SB/T 10653 中 4.2 规定执行，保持清洁整齐、舒适通畅、柔和明亮的服务环境。

6.2.3 设置的消防安全标志按 GB 15630 规定执行，确保规范、清晰和使用有效。

6.2.4 应建立技术保障规范或制度，在配置、操作、使用和维护上，做到要求明确、方法合理、标识统一、使用安全和监控有效。

6.3 区域标识

6.3.1 各区域应设有明示的服务指示牌。各类公共信息图形符号标志应符合 GB/T 10001.1 的规定。

6.3.2 各区域内的商品陈列（包括用具）应摆放有序、使用妥当，标识、标价清晰，展示内容健康、真实、美观。

6.3.3 各区域内出示的使用说明和提供信息（如：告示）等应按 GB/T 5296.1 的规定执行，规范特色的服务用语，提供优质服务。

6.4 人员配备

6.4.1 从事特色服务的人员（以下简称：员工）应具有专业技能或经验。

6.4.2 员工应经过各项管理制度、职业道德规范、接待服务礼仪等方面的岗前培训，熟悉本岗位的服务流程、质量标准及岗位职责，并持有效的《健康合格证》上岗。

6.4.3 对员工应建立和落实岗位职责和激励考核制度，促使特色服务质量和绩效的持续提升。

7 服务要求

7.1 原则

特色服务要求应对服务规范和质量控制规范予以明确，使其得以进行、管理和提高。

7.2 服务规范

应从功能性、安全性、时间性、舒适性、经济性、文明性六个方面，对服务应达到的水平和要求（定量和定性的特性）进行规范。

7.2.1 基本要求

7.2.1.1 特色服务项目设立前应进行可行性评审，确立实现顾客需求的资源、员工和技术等保障能力，确定质量和管理可控。

7.2.1.2 开设的特色服务项目，应建立专项的服务规范。在区域内可公布服务公约、实施文明礼仪的接待用语。

7.2.1.3 使用专业仪器、专用设备和工具应做好配置、鉴定和保养，确保数据准确、正常使用。

7.2.1.4 用于贸易结算的计量器具，应实行年度强制检定，保证合格使用。

7.2.1.5 应遵从低碳、高效和可溯源的要求，采用计算机辅助的方法，实施特色服务的信息化，如：预约服务、定向回访等。其中：

a）预约服务应按预约时间和预约顺序号有序服务；

b）定向回访率应达到100%，并保存回访记录。

7.2.2 售前服务

7.2.2.1 员工应按 GB 11887 和 GB/T 31912 的规定，负责商品陈列，做到商品与标识一致，柜台整洁，橱窗样品展示有序。

7.2.2.2 分管经理应做好特色服务区域营业前检查，使售前工作准备充分、陈列规范。

7.2.2.3 公布的各类服务公约应流程明示、操作明确、收费明码标价，推介内容真实有效，不得误导、欺骗消费者。

7.2.3 售中服务

7.2.3.1 员工在营业时间应按接待规范，佩戴工号牌，举止得当，端庄大方，使用普通话，礼貌待客、文明服务。

7.2.3.2 员工按“一客一物”和单笔交易的规范，应对服务的信息与顾客进行充分、及时和有效地沟通，并确认；包括但不限于：

a) 推荐所售商品的品种和款式及外观质量，说明价格、材质、工费、性能特点和使用须知等内容；
b) 定制商品的图样设计、来物鉴定及订制数量、工费、履约日期等内容；
c) 体验制作的商品选择、指导、收费等内容；
d) 约定服务的费用等内容；
e) 维修物品的验明、要求与所涉费用等内容；
f) 上述服务履约后的再验收。

7.2.3.3 经营中的贵金属珠宝饰品标识按GB/T 31912的规定执行， 达到规范无误。

7.2.4 售后服务

7.2.4.1 特色服务项目应制定相应的售后服务内容或规范，可向消费者提供特色服务售后保障卡。

7.2.4.2 按GB/T 19580的4.3的规定，应建立消费者信息管理系统和售后服务处理规范，设立消费者信息反馈渠道，配备专兼职人员受理消费者投诉的接待和处理；并建立投诉处理档案。

7.3 质量控制规范

应识别服务提供过程中对服务质量有重要影响的关键过程，加以控制而收集、制定规范。

7.3.1 安全防范

7.3.1.1 专卖店或专柜内的特色服务区域的安全技术防范系统，应符合零售业重要部位安全技术防范系统要求，并具有防盗、防火等安全措施（如：柜台采用防砸复合玻璃等），做好相应的防范工作。

7.3.1.2 各区域应安装视频安防监控系统，并经公安机关验收合格。对提供特色服务的现场安置摄像头，实行由硬盘录像机保存的实时录像，资料保存时间不少于7天。

7.3.2 应急处置

7.3.2.1 从事服务的人员应熟知区域内各类风险控制和应急预案，并能告知顾客注意，并给予现场的指导和防范处置。

7.3.2.2 对实现服务质量的关键过程，应有预防、补救和纠正的措施。

7.3.3 投诉受理

由专门人员受理顾客投诉，并妥善处置，应采取召回和补偿措施。

8 服务评价

8.1 绩效实现

组织对特色服务项目应建立统计、分析和考核，促进绩效实现与可持续提升。

8.2 顾客满意度实现

8.2.1 采用先进的顾客满意程度指数评价方法（如：CSI 指数），委托有资质的第三方社会组织开展顾客满意程度调查和测评，获取顾客满意度指数的结果。其结果应达到大于等于 80 分值（CSI 指数分值），并保持 3 年以上的稳定达标。

8.2.2 特色服务项目应单独设立顾客满意的回访调查，收集、评价顾客满意信息，用于服务的改进和提高。需要时，可纳入组织整体的顾客满意度实现的评价体系，以评测该项目关联的贡献程度。

8.3 评价与改进

8.3.1 组织应将特色服务列为服务的关键过程，定期或不定期地开展监督检查，并按 GB/T 19580 的要求，进行评价和持续改进。

8.3.2 特色服务过程中通过改进，所确立完善的服务规范、人员资质、运行管理、安全、环境和设施等内容，应按 GB/T 24421.3 要求，形成服务标准，完善服务标准体系，逐步提高其质量管控水准。

9 重要服务质量指标

9.1 顾客满意度指数

采用CSI指数法，委托第三方社会组织开展顾客满意程度调查和测评，获取结果符合8.2.1。

9.2 用户投诉率

指统计期内用户投诉次数占销售服务总笔数的比率应低于2‰。

9.3 投诉处理率

指统计期内受理投诉的结案次数占用户投诉总次数的比率应达到100%。

9.4 特色服务销售率

指统计期内本地区特色服务实现的销售额占产品销售总额的比率应高于15%。

9.5 订单按时完成率

指统计期内特色服务业务中按时完成顾客订单数占订单总数的比率应达到100%。

9.6 定向回访率

指统计期内特色服务业务中应对完成订单的顾客进行100%回访。

9.7 安全使用告知率

指统计期内向顾客进行安全使用告知次数占服务总笔数的比率应做到100%。